

ANALISIS SISTEM TATANIAGA BERAS PANDAN WANGI DI KECAMATAN WARUNGKONDANG, KABUPATEN CIANJUR PROVINSI JAWA BARAT

Eva Yolynda Aviny¹, Rita Nurmalina² dan Najmi Anniro³

^{1 & 2} Dosen Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen - IPB

³ Alumni Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen - IPB

ABSTRACT

The research was conducted in the production center of Aromatic rice pandan wangi West Java (District of Cianjur) in February-March 2009. The objectives of the study were to analyze the market structure and marketing channel of aromatic rice pandan wangi. The figures used were primary and secondary data with descriptive analysis approach. The result indicated that the marketing system of aromatic rice Pandan wangi build closely into a perfect competition market structure with the shortest marketing channel that involve thraser agent and distributor as the most efficient channel.

Keywords : Market structure, marketing channel

PENDAHULUAN

Beras pandan wangi memiliki berbagai keunggulan jika dibandingkan dengan beras varietas lain, antara lain beras pandan wangi dapat menghasilkan nasi yang pulen dan memiliki wangi pandan alami. Nilai jual beras pandan wangi pun lebih tinggi dibanding beras varietas lain Hal inilah yang mendorong Dinas Pertanian Kabupaten Cianjur menetapkan pandan wangi sebagai komoditas unggul lokal disamping sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman palawija.

Petani pandan wangi menjadi salah satu pelaku usaha yang paling menentukan dalam hal produksi padi pandan wangi. Berdasarkan pengamatan di lapangan, para petani masih menggunakan peralatan dan teknologi produksi yang masih sangat sederhana yang diakibatkan oleh keterbatasan modal dan ilmu pengetahuan.

Mengingat pada umumnya motivasi petani dalam mengusahakan suatu komoditi tertentu adalah untuk memperoleh uang tunai melalui penjualan hasil sebagai upaya pemenuhan kebutuhan keluarga, maka gairah petani untuk memproduksi beras pandan wangi sangat

ditentukan oleh tinggi rendahnya harga yang diterima. Tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani sangat erat kaitannya dengan struktur pasar dan besarnya margin pemasaran. Karena itu perlu diketahui struktur pasar beras pandan wangi dan penyebab tingginya margin pemasaran.

Gejala rendahnya harga yang diterima petani yang dapat mengurangi motivasi petani untuk menanam padi pandan wangi erat kaitannya dengan kondisi tataniaga yang kurang efisien. Menurut Azzaino (1982) dalam Sihombing (2005) gejala rendahnya bagian petani tersebut sering ditunjukkan oleh besarnya margin tataniaga pada struktur pasar yang tidak atau kurang sempurna.

Menurut Dally (1958) dalam Sudiyono (2002), margin tataniaga merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Dari sisi lain, Waite dan dan Trelogan dalam Sudiyono (2002) mendefinisikan margin tataniaga sebagai biaya dari jasa - jasa tataniaga. Dari beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa komponen margin pemasaran terdiri dari berbagai biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-

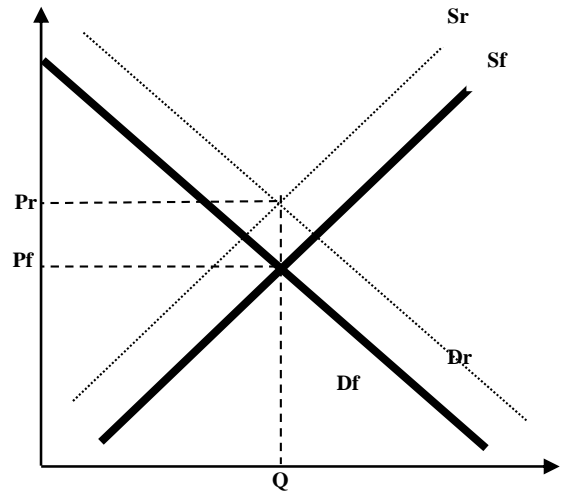
lembaga tataniaga dalam melaksanakan fungsi tataniaga yang dijalankannya dan keuntungan yang diperoleh lembaga tataniaga.

Secara teoritis hal tersebut dapat digambarkan pada gambar 1. Perpotongan antara kurva permintaan tingkat petani (Df) dengan kurva penawaran tingkat petani (Sf) membentuk suatu titik yang merupakan harga pada tingkat petani, yaitu harga pada tingkat Pf. Dalam artian bahwa harga tersebut (Pf) merupakan harga riil yang diterima oleh petani untuk pembayaran hasil panen usahataniannya. Perpotongan antara kurva permintaan tingkat pengecer (Dr) dengan kurva penawaran tingkat pengecer (Sr) membentuk suatu titik yang merupakan harga pada tingkat pengecer, yaitu harga pada tingkat Pr. Dengan kata lain, harga yang terbentuk (Pr) merupakan harga riil yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir untuk memperoleh produk tersebut.

Selisih antara tingkat harga yang diterima oleh petani (Pf) dengan harga yang harus dibayarkan konsumen akhir (Pr) adalah margin tataniaga. Margin tataniaga yang terbentuk ini adalah cakupan total dari keuntungan yang diterima oleh seluruh lembaga tataniaga dan biaya pemasaran yang harus dikeluarkan dalam melaksanakan fungsi-fungsi tataniaga. Biaya pemasaran yang terbentuk merupakan sebuah biaya yang dikeluarkan dalam usaha-usaha untuk memberikan nilai tambah pada produk yang diperdagangkan, maupun biaya transportasi yang harus dikeluarkan untuk memberikan kegunaan tempat kepada produk yang diperdagangkan.

Pada tahun 2008, Hasian yang menganalisis sistem tataniaga kacang kapri mengemukakan bahwa margin tataniaga pada saluran yang memanfaatkan koperasi lebih tinggi daripada margin pada saluran tataniaga yang melibatkan pedagang pengumpul. Hal yang relatif sama dikemukakan oleh Kertawati

(2008) pada margin tataniaga tembakau di kecamatan Leles Kabupaten Garut Jawa Barat, margin tataniaga terkecil terjadi pada saluran tataniaga yang hanya melibatkan Bandar dan pabrik rokok sebagai konsumen akhir.



Keterangan:

- Q = jumlah barang
- Pr = harga tingkat eceran
- Pf = harga tingkat petani
- Sr = kurva penawaran tingkat pasar eceran
- Sf = kurva penawaran tingkat petani
- Dr = kurva permintaan tingkat pasar eceran
- Df = kurva permintaan tingkat petani
- (Pr - Pf) = margin tataniaga
- (Pr - Pf) Q = nilai margin tataniaga

Gambar 1. Margin Tataniaga

Struktur pasar menentukan perilaku para pelaku pasar yang pada akhirnya akan sangat mempengaruhi secara signifikan kinerja suatu industri. Model pasar persaingan sempurna membutuhkan tiga asumsi dasar :

1. Penerimaan harga: Di dalam pasar bersaing sempurna terdapat banyak produsen dan pembeli yang menyebabkan keputusan harga salah satu pelaku pasar tidak dapat mempengaruhi harga pasar.
2. Keseragaman produk: dalam pasar persaingan sempurna produk relative homogen sehingga tidak ada biaya beralih.

3. Bebas masuk dan keluar: tidak ada hambatan masuk dan keluar.

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana :

FS = *Farmer's Share*

Pf = Harga beras pandan wangi pada tingkat petani

Pr = Harga beras pandan wangi pada tingkat konsumen akhir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari - Maret 2009. Pengumpulan data dengan teknik *snowball sampling* yang melibatkan 40 responden petani pandan wangi di Desa Buni Kasih, Desa Buni Sari, dan Desa Tegallega, Kecamatan Warungkondang, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat yang merupakan sentra produksi beras pandan wangi, juga 23 pedagang beras pandan wangi hingga ke konsumen akhir.

Alat analisis yang digunakan meliputi analisis *farmer share* dan analisis marjin tataniaga yang terdiri dari biaya pemasaran, marjin keuntungan dan nisbah marjin keuntungan.

Secara matematis analisis marjin tataniaga dapat ditulis sebagai berikut :

$$Mi = Psi - Pbi$$

$$Mi = Ci + \pi_i$$

$$M = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} + \sum \pi_j$$

Keterangan :

Mi = marjin tataniaga di tingkat lembaga ke-i

Psi = harga jual pasar di tingkat lembaga ke-i

Pbi = harga beli pasar di tingkat lembaga ke-i

Ci = biaya lembaga tataniaga ke-i

π_i = keuntungan lembaga tataniaga ke-i

M = marjin tataniaga

Cij = biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi tataniaga ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

Pj = keuntungan yang diperoleh lembaga tataniaga ke-j

m = jumlah jenis biaya pemasaran

n = jumlah lembaga tataniaga

Analisis terhadap bagian yang diperoleh petani dari total harga akhir saluran tataniaga dihitung dengan rumus:

Analisis struktur pasar dilakukan secara deskriptif dengan melihat jumlah produsen dan konsumen yang terlibat dalam proses tataniaga di lapangan, maupun berdasarkan volume dan market share masing-masing pelaku ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. ANALISIS LEMBAGA DAN FUNGSI TATANIAGA

Lembaga tataniaga beras pandan wangi adalah badan usaha, individu, atau pelaku ekonomi, yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelenggaraan tataniaga beras pandan wangi. Terdapat tujuh lembaga tataniaga beras pandan wangi, yaitu :

1) Petani

Petani Desa Bunikasih dan Bunisari pada umumnya menggunakan sistem tegel untuk sistem penanamannya dengan jarak 20 x 20 cm, 25 x 25 cm, 30 x 30 cm dan 35 x 35 cm serta 40 x 40 cm. Sistem tegel ini mempermudah penanaman, pemupukan, pengendalian hama, dan pemanenan. Pemanenan padi pandan wangi dilakukan secara manual menggunakan ani-ani, dengan perontokan menggunakan mesin perontok padi yang disebut dengan rontogan. Sehingga hasil panen yang diperoleh petani bukan dalam bentuk gabah kering panen, melainkan dalam bentuk malai kering panen. Dalam saluran tataniaga, fungsi tataniaga yang dijalankan petani adalah fungsi pertukaran dalam bentuk aktivitas penjualan

dan fungsi fisik sebagai produsen malai kering panen.

2) Gapoktan Citra Sawargi

Gapoktan Citra Sawargi adalah gabungan dari kelompok tani para petani padi pandan wangi yang didirikan pada Bulan September 2006, beranggotakan petani padi pandan wangi dari Desa Bunikasih dan Desa Bunisari yang bertujuan untuk meningkatkan dayatawar petani dalam rantai tataniaga pandan wangi. Fungsi tataniaga yang dijalankannya adalah fungsi pertukaran yaitu menjual dan membeli, fungsi fisik dalam bentuk aktivitas pengolahan (penggilingan dan penjemuran), pengangkutan, penyortiran, pengemasan dan penyimpanan, serta fungsi fasilitas dalam bentuk informasi harga

Gapoktan Citra Sawargi membeli hanya dari petani yang menjadi anggota Gapoktan Citra Sawargi dengan harga rata-rata 2.900 rupiah per kilogram malai kering yang ditentukan oleh kualitas padi yang dinilai dari rendemennya. Pembayaran dilakukan secara bertahap, 50 persen pembayaran dilakukan ketika panen, sedangkan 50 persen sisa pembayaran diberikan setelah beras pandan wangi dikirimkan kepada CV Quasindo.

3) Tengkulak

Umumnya lembaga tataniaga ini berkedudukan di kabupaten Cianjur sehingga mereka relative mudah mendapatkan beras pandan wangi. Fungsi tataniaga yang dijalankannya hampir sama dengan Gapoktan, namun tanpa fungsi fasilitas dan aktivitas pengolahan. Sistem jual beli yang diterapkan umumnya sistem tebasan dan sistem timbang. Sistem tebasan adalah sistem jual-beli dimana harga ditentukan sebelum panen dan petani tidak bertanggung jawab atas proses panen. Sementara sistem timbang adalah sistem jual-

beli dalam bentuk malai kering panen dimana petani bertanggung jawab terhadap proses pemanenan. Selain dari petani, tengkulak juga membeli dari tengkulak lain dalam bentuk beras jika pasokan tidak dapat memenuhi permintaan yang dihadapinya. Tengkulak membeli malai kering panen padi pandan wangi dengan harga rata-rata 2.809 rupiah per kilogram malai kering panen padi pandan wangi. Pengolahan dengan memanfaatkan jasa penggilingan hanya dilakukan oleh tengkulak yang menjual pandan wangi dalam bentuk beras pandan wangi.

4) Penggilingan

Penggilingan merupakan salah satu lembaga tataniaga dalam tataniaga beras pandan wangi yang berperan sebagai penyedia jasa penggilingan beras selain menggiling gabahnya sendiri dan sebagai pedagang beras pandan wangi. Kapasitas penggilingan dalam satu hari berkisar antara 2-10 ton beras pandan wangi. Ada dua sistem upah penggilingan: (1) pembayaran 100 persen tunai dengan menir dan dedak menjadi milik pemilik gabah dengan kisaran harga 250-400 rupiah per kilogram beras yang dihasilkan, dan (2) pembayaran seharga 150-175 rupiah per kilogram beras yang dihasilkan, namun dedak menjadi milik pihak penyedia jasa penggilingan. Berdasarkan uraian tersebut maka fungsi tataniaga yang dijalankan penggilingan adalah fungsi pertukaran yaitu membeli malai kering panen dari petani atau tengkulak dan menjual beras ke tengkulak atau lembaga tataniaga berikutnya.

5) Pabrik Beras

Pada dasarnya, pabrik beras merupakan sebuah pabrik penggilingan beras yang memiliki kapasitas lebih besar daripada penggilingan lainnya dan aktivitas utamanya adalah perdagangan beras pandan wangi.

Pabrik beras ini tidak melakukan usaha penyediaan jasa penggilingan kepada pihak lain. Aktivitas pengolahan malai kering panen padi pandan wangi menjadi beras pandan wangi yang dilakukannya adalah 100 persen kegiatan usaha untuk pihak pemilik penggilingan beras itu sendiri. Hal inilah yang menjadi perbedaan pokok antara pabrik beras dengan jasa penggilingan beras. Pembelian paling banyak dilakukan dalam bentuk malai kering panen padi pandan wangi daripada dalam bentuk beras. Pemasok utama untuk pabrik beras adalah tengkulak. Harga jual pabrik beras adalah berkisar antara 7.000-8.000 rupiah per kilogram beras pandan wangi.

6) Distributor

Distributor ini adalah para pedagang grosir yang berada di Pasar Induk Cianjur, Pasar Induk Cipanas, Pasar Induk Cipinang, Perusahaan Dagang Beras, CV Quasindo, dan Pasar Induk Jembatan Besi. Selain menjual beras kepada supermarket, toko manisan, dan restoran, distributor ini juga menjual secara eceran langsung kepada konsumen. Pemasok utama dan satu-satunya beras pandan wangi untuk distributor adalah pabrik beras. Proses pengolahan, pengemasan, sortasi, dan pengangkutan ketika membeli sepenuhnya menjadi tanggung jawab pabrik beras.

7) Pengecer (Retail)

Pengecer beras pandan wangi adalah supermarket dan toko manisan. Pemasok untuk supermarket dan toko manisan tersebut adalah pabrik beras dan distributor. Untuk supermarket dan toko manisan di Cianjur, umumnya dipasok oleh pabrik beras. Sedangkan supermarket yang berada di Bandung, Jakarta, dan Bogor lebih banyak yang mendapatkan supply dari distributor.

2. ANALISIS SALURAN TATANIAGA

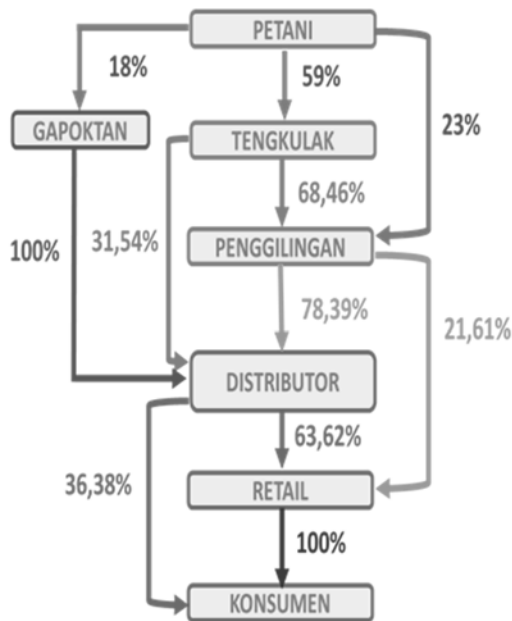
Secara keseluruhan, petani melakukan penjualan kepada tiga lembaga tataniaga, yaitu kepada tengkulak (59 persen), penggilingan (23 persen), dan Gapoktan Citra Sawargi (18 persen). Seluruh beras Gapoktan Citra Sawargi dijual kepada CV Quasindo yang hanya menjual ke pengecer (retail).

Pemilik penggilingan menjual produknya kepada dua lembaga tataniaga, yaitu pabrik beras dan distributor. Sementara pabrik beras menjual berasnya ke dua lembaga tataniaga, yaitu distributor dan pengecer. Penjualan beras oleh distributor melalui dua lembaga tataniaga yaitu pengecer dan konsumen akhir. Pengecer langsung menjual beras kepada konsumen akhir tanpa ada perantara lain dan tanpa mengolahnya lebih dulu. Kombinasi lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga beras pandan wangi membentuk 16 saluran tataniaga yaitu :

- 1) Petani - Tengkulak - Pabrik Beras-Distributor - Konsumen
- 2) Petani - Tengkulak - Pabrik Beras-Distributor - Retail - Konsumen
- 3) Petani - Tengkulak - Pabrik Beras - Retail - Konsumen
- 4) Petani - Tengkulak - Distributor - Konsumen
- 5) Petani - Tengkulak - Distributor - Retail - Konsumen
- 6) Petani - Tengkulak - Penggilingan - Distributor - Konsumen
- 7) Petani - Tengkulak - Penggilingan - Distributor - Retail - Konsumen
- 8) Petani - Tengkulak - Penggilingan - Pabrik Beras - Distributor - Konsumen
- 9) Petani - Tengkulak - Penggilingan - Pabrik Beras - Distributor - Retail - Konsumen
- 10) Petani - Tengkulak - Penggilingan - Pabrik Beras - Retail - Konsumen

- 11) Petani - Penggilingan - Distributor - Konsumen
- 12) Petani - Penggilingan - Distributor - Retail - Konsumen
- 13) Petani - Penggilingan - Pabrik Beras - Distributor - Konsumen
- 14) Petani - Penggilingan - Pabrik Beras - Distributor - Retail - Konsumen
- 15) Petani - Penggilingan - Pabrik Beras - Retail - Konsumen
- 16) Petani - Gapoktan - CV Quasindo - Retail - Konsumen

Saluran tataniaga beras pandan wangi beserta persentase penjualan untuk setiap lembaga tataniaga di Kabupaten Cianjur selengkapnya dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Saluran Tataniaga Beras Pandan wangi

3. ANALISIS MARGIN TATANIAGA, *FARMER'S SHARE*, KEUNTUNGAN, BIAYA PEMASARAN, DAN RASIO L/C

Dari 16 saluran tataniaga beras pandan wangi di Kabupaten Cianjur, hanya saluran 16 (Petani - Gapoktan Citra Sawargi - CV Quasindo - Retail - Konsumen) yang tidak menjual beras pandan wangi campuran atau beras pandan wangi palsu. Pada saluran 1 hingga saluran 15, beras pandan wangi campuran dan beras pandan wangi palsu ikut diperdagangkan. Tabel 1. menunjukkan margin tataniaga, *Farmer's Share*, rasio l/c, biaya pemasaran, dan keuntungan masing-masing saluran tataniaga beras pandan wangi.

Berdasarkan analisis margin tataniaga dan *Farmer's Share* (table 1), diantara saluran 1 hingga saluran 15, saluran tataniaga yang paling efisien adalah saluran 11 karena memiliki biaya pemasaran yang terkecil dengan rasio keuntungan sebesar 4.4. Sementara saluran tataniaga yang paling tidak efisien adalah saluran 9 karena memiliki biaya pemasaran yang paling besar dengan saluran tataniaga yang terpanjang, meskipun rasio keuntungannya tidak berbeda jauh dengan saluran 11.

Saluran 16, berdasarkan analisis margin tataniaga memang memiliki margin tataniaga terbesar yaitu 10.562 rupiah dengan nilai *Farmer's Share* yang paling kecil, namun harga malai kering panen yang diterima petani paling tinggi. Harga yang diterima konsumen pada saluran 16 ini jauh lebih mahal daripada harga yang diterima konsumen pada saluran beras pandan wangi lainnya karena saluran 16 hanya menjual beras pandan wangi murni, sehingga membutuhkan biaya pemasaran paling besar diantara saluran tataniaga lainnya, yaitu sebesar 7.781,14 rupiah. Berdasarkan analisis rasio keuntungan dengan biaya pemasaran (L/C), untuk setiap satu rupiah biaya

pemasaran yang dikeluarkan dalam saluran 16 akan memberikan keuntungan sebesar 2,8 rupiah.

Dengan demikian, saluran tataniaga yang direkomendasikan adalah saluran 11 dan saluran 16. Saluran 11 merupakan saluran yang memiliki marjin tataniaga yang terkecil, nilai *Farmer's Share* terbesar, dan memiliki biaya pemasaran yang terkecil, sehingga menjadi saluran yang paling efisien. Sedangkan saluran 16 merupakan saluran yang menjual beras pandan wangi murni dan memberikan harga jual tertinggi bagi petani, artinya secara nominal, jumlah uang diterima petani untuk hasil panennya lebih tinggi daripada saluran lainnya.

4. ANALISIS STRUKTUR PASAR

Struktur pasar yang dihadapi petani pandan wangi mendekati pasar persaingan sempurna karena cukup banyak petani dengan

produk yang relative homogeny yaitu malai kering panen, sehingga petani tidak bisa memegang kendali harga malai pandan wangi yang dijualnya. Kecenderungan yang ada, tengkulak sebagai salah satu pembeli malai kering panen dari petani menetapkan harga yang relative sama, sehingga seorang petani tidak bias menentukan harga sesuai keinginannya. Salah satu alternative penjualan adalah kepada Gapoktan Citra Sawargi yang memberikan harga padi relatif lebih tinggi daripada harga penjualan kepada tengkulak. Namun hal ini tidak mempengaruhi struktur pasar karena daya serap Gapoktan relative kecil (hanya 18 persen dari total volume penjualan petani). Alternatif lain adalah menjual kepada pemilik penggilingan beras, namun tidak menjadi pilihan utama karena jumlahnya relative sedikit dan berkedudukan tidak sedekat tengkulak.

Tabel 1. Marjin Tataniaga, *Farmer's Share*, Rasio L/C, Biaya Pemasaran, dan Keuntungan Saluran-Saluran Tataniaga Beras Pandan Wangi

Saluran	Marjin Tataniaga	<i>Farmer's Share</i>	Rasio L/C	Biaya	Keuntungan
1	2.164,02	74,24	1,77	779,92	1.384,10
2	4.468,38	58,26	5,79	658,05	3.810,33
3	4.468,38	58,26	7,23	543,07	3.925,31
4	2.164,02	74,24	3,05	533,69	1.630,33
5	4.468,38	58,26	6,05	633,69	3.834,69
6	2.164,02	74,24	3,29	504,81	1.659,21
7	4.468,38	58,26	6,39	604,81	3.863,57
8	2.164,02	74,24	1,88	751,04	1.412,98
9	4.468,38	58,26	4,25	851,04	3.617,34
10	4.468,38	58,26	5,07	736,06	3.732,32
11	2.035,26	75,77	4,40	377,08	1.658,18
12	4.339,62	59,46	8,10	477,08	3.862,54
13	2.035,26	75,77	2,27	623,31	1.411,95
14	4.339,62	59,46	5,00	723,31	3.616,31
15	4.339,62	59,46	6,13	608,33	3.731,29
16	10.562,00	37,87	2,80	2.780,86	7.781,14

Tengkulak sebagai penjual, memiliki alternatif penjualan kepada pemilik penggilingan beras, distributor, dan pabrik beras. Struktur pasar tengkulak distributor mendekati pasar persaingan sempurna karena cukup banyak tengkulak dan distributor dengan volume perdagangan yang relative sama. Sementara struktur pasar tengkulak-penggilingan dan pabrik beras mendekati pasar monopsoni, dimana terdapat satu pabrik beras yang memiliki pangsa pasar pembelian pabrik beras dan pemilik penggilingan yang mencapai lebih dari 70 persen. Hal ini menyebabkan pabrik beras tersebut dapat mempengaruhi harga belinya dari tengkulak ataupun pemilik penggilingan beras yang pada akhirnya mampu mempengaruhi harga malai kering panen padi pandan wangi pada tingkat petani.

Hal yang berbeda ditemukan dalam penjualan beras pandan wangi di tingkat pabrik beras. Setiap pabrik beras memiliki pelanggan tetap, dimana tingkat harga yang berlaku selalu disesuaikan dengan harga pasar beras pandan wangi, keputusan harga penjualan satu pabrik beras tidak mampu mengubah harga keseimbangan di pasaran. Demikian pula struktur pasar yang dihadapi oleh distributor dan pengecer karena banyaknya jumlah distributor dan pengecer dengan produk yang relative homogen.

Berdasarkan analisis struktur pasar yang dihadapi setiap lembaga tataniaga dalam saluran tataniaga beras pandan wangi, baik sebagai pembeli maupun sebagai penjual, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar beras pandan wangi mendekati pasar persaingan sempurna karena terdapat banyak penjual, banyak pembeli, produk yang relatif homogen, tidak adanya hambatan masuk maupun hambatan keluar, dan terlihat nyata bahwa pada tingkat pasar konsumen, tidak ada satu pun pihak penjual maupun pembeli yang dapat

mengendalikan dan menetapkan harga keseimbangan, seluruh penjual dan pembeli hanya menjadi *price taker*.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Terdapat tujuh lembaga tataniaga dalam sistem tataniaga beras pandan wangi yang membentuk 16 saluran tataniaga dengan hamper seluruh lembaga tataniaga menghadapi struktur pasar mendekati pasar persaingan sempurna. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga tataniaga dalam sistem tataniaga beras pandan wangi antara lain adalah fungsi fisik, fungsi pertukaran, dan fungsi fasilitas.

Saluran tataniaga beras pandan wangi campuran yang paling efisien adalah saluran 11 yaitu Petani - Penggilingan - Distributor - Konsumen, sedangkan yang paling tidak efisien adalah saluran 9 (Petani - Tengkulak - Penggilingan - Pabrik Beras - Distributor - Retail - Konsumen). Namun untuk mendapatkan harga di tingkat petani yang relative tinggi, saluran tataniaga yang berlaku adalah saluran 16, yaitu saluran tataniaga beras pandan wangi murni. Saluran tataniaga ini melibatkan Gapoktan sebagai penguat posisi rebut tawar petani saat berhadapan dengan pabrik atau distributor.

SARAN

Untuk meningkatkan pendapatannya, sebaiknya petani menjual kepada penggilingan yang langsung menjual kepada distributor atau memanfaatkan Gapoktan Citra Sawargi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasian, DE. 2008. Usahatani dan Tataniaga kacang Kapri di Kecamatan Warungkondang, Cianjur, Provinsi Jawa Barat [skripsi]. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kertawati, SH. 2008. Analisis Sistem Tataniaga Tembakau Mole (Desa Ciburial, Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, Jawa Barat) [skripsi]. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kohls RL dan Uhl JN. 1985. *Marketing of Agricultural Products Six Edition*. New York: Macmilian Publishing Company.
- Sihombing, L. 2005. Analisis Tataniaga Kentang di Propinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Pertanian Kultura*. Vol 40 No. 2. September 2005
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.